

DESIGN THINKING

Delivering Transformation. Together.



DIGITALE INNOVATION MIT KREATIVEN METHODEN

Kreativität und Innovation sind mittlerweile notwendige Voraussetzungen für die Beantwortung herausfordernder Fragestellungen. Um nachhaltig wettbewerbsfähig zu sein, müssen Ideen entwickelt werden, die „über den Tellerrand hinausgehen“.

Die Innovationsmethode Design Thinking liefert auf Basis eines iterativen Prozesses nutzer- und kundenorientierte Ergebnisse für komplexe Problemstellungen.

Die Grundprinzipien für die erfolgreiche Durchführung von Design Thinking:

- Arbeiten in interdisziplinären Teams
- Eine gemeinsame Sicht auf das Problem erzeugen
- Visuell Ideen generieren
- Annahmen verwerfen
- Iteratives Vorgehen (Fail Fast & Fail Forward)
- Schaffen von spielerischen Phasen
- Lösungsorientiert
- Ergebnisoffen

INNOVATION GREIFBAR MACHEN

Die Methode setzt auf einen klar strukturierten Prozess zur Ideenfindung, interdisziplinäre Teams und Flexibilität.

Vom Problemraum ...

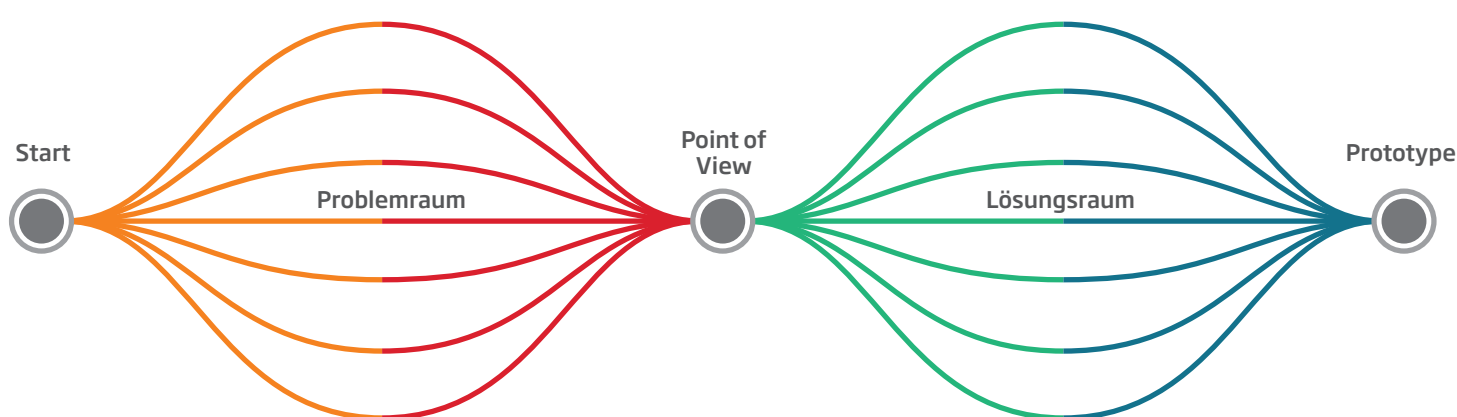
Eine einheitliche Sicht auf das Problem erzeugen:

- Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe (Kunden bzw. Nutzer) ermitteln
- Den Problemraum abstecken
- Empathie für die Zielgruppe und das Team gewinnen

... in den Lösungsraum

Ideen generieren und iterativ weiterentwickeln:

- Kreativitätstechniken zur Entwicklung möglichst vieler Lösungsansätze einsetzen
- Prototyping zur Simulation neuer Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle anwenden
- Ideen greifbar machen



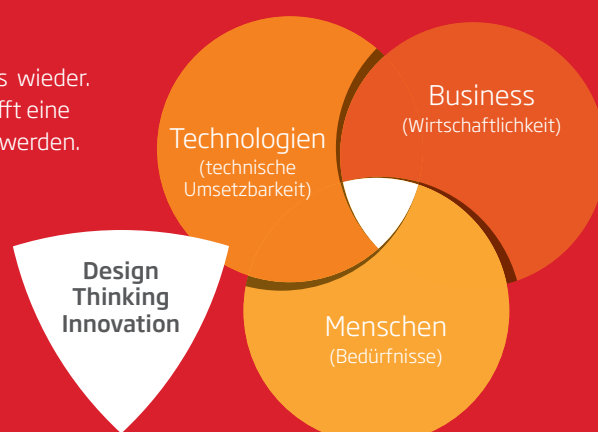
Das iterative Vorgehen bzw. das kontinuierliche Lernen und eine schrittweise Annäherung an eine ideale Lösung ist ein wesentlicher Grundsatz des Design Thinking und Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement.

DER KUNDE STEHT IM MITTELPUNKT

Strikte Nutzerorientierung findet sich in allen Phasen des Design-Thinking-Prozesses wieder. Der Ansatz, die Problemstellung aus Sicht der Customer Journey zu beleuchten, schafft eine frische, neue Perspektive, mit der Ideen aus der Kreativität einer Gruppe geschaffen werden.

Design Thinking kombiniert die Sicht dreier Komponenten:

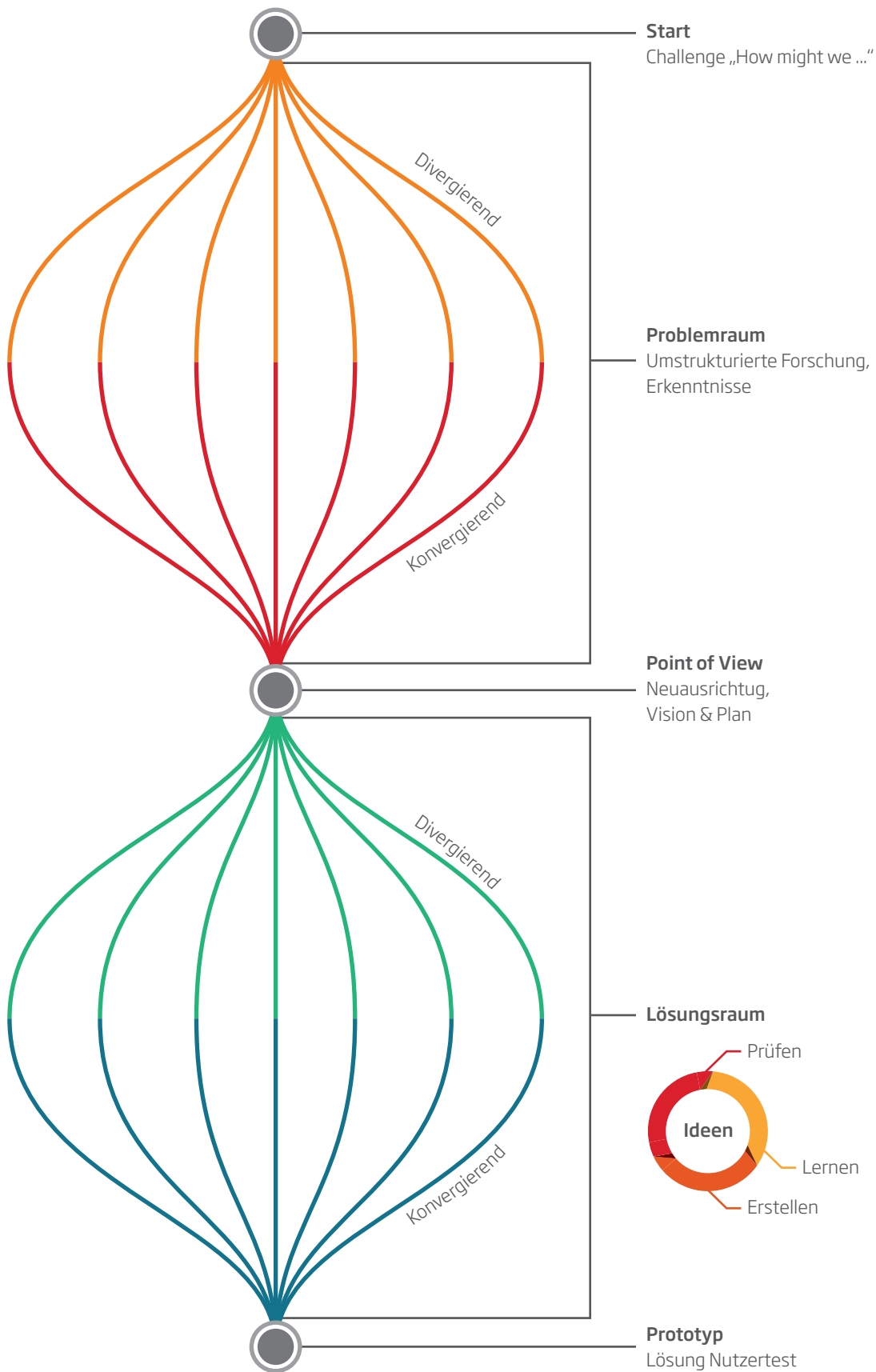
- Nutzerzentrierte Sicht, die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt stellt - was nutzt es dem Kunden?
- Technologie als Werkzeug zur Zielerreichung - ist es technisch machbar?
- Wirtschaftlichkeit und Orientierung entlang des Geschäftsfelds - ist es wirtschaftlich sinnvoll?





DER DESIGN-THINKING-PROZESS

Double Diamond



DESIGN THINKING

Starke Kundenorientierung

Innovationen schaffen

Fail Fast and Fail Forward

Ideen umsetzen und greifbar machen